

The Harm of Shanzhai

“山寨”之害

孙振华 by Sun Zhenhua

10年前，一家广告公司兴冲冲地拿来一份策划书，征求我的意见。内容是和有关部门合作，将深圳莲花山邓小平雕塑复制成小型限量的精致礼品，用于政务赠送和进入高端收藏市场。策划书洋洋万言，从市场角度而言，不能说没有道理。

我当时有一个自认为很难解决的疑问，不料也把策划人问住了：且不论有关部门会不会同意这么做，假设同意，有没有什么切实有效的防盗版办法呢？因为限量版的小型邓小平雕塑进入社会，马上可能就有廉价的复制品、仿制品大量出现；就像西安秦始皇陵附近的市场上，到处都有人在兜售不同型号的翻版兵马俑，如果出现了这种情况，那又是一种什么样的情形呢？

中国目前关于小型雕塑的复制方式不外乎两种，一种是“精仿”，在技术上，它完全有保证仿得纤毫毕至，几可乱真；另一种则是“粗仿”，那完全是为所欲为，粗制滥造，简直是对原作的肆意践踏。

如果邓小平的小型礼品雕塑出现，保不准这两种方式都会同时出现。

就我所知，美国的“自由女神”雕塑，是有作为礼品的小型复制品公开发售的，只是它的制作和销售都有严格的法律授权和监督。而中国在这方面则严重缺失，至少就雕塑而言，我们至今还没有一套有效的关于“山寨雕塑”的稽查、追究、惩处的体系。它意味着什么？

“山寨”作为一个新进迅速蹿红的流行词，近年来在当代中国社会十分火爆。究其直接原因，是因“山寨手机”而起，其实作为一种社会现象、文化现象，“山寨文化”在中国已经流行有好多年了。如果“山寨”核心意思，是指通过一种低成本的手段，采用非专业、非正规的方式，对知名品牌或产品进行照猫画虎似的简单模仿的话，那就雕塑而言，它应该是深受“山寨”之害的重灾区。

对于“山寨文化”，有些人是理解，甚至欣赏的。他们从民间性、草根精神、敢于挑战名牌、挑战权威的角度，来肯定“山寨”的作用。也许，“山寨文化”由于指涉很广，在有些领域，例如实用性、应用性较强的领域，“山寨”在一定的时期可能不得不作为权宜之计；但是在创造性、精神性较强的领域，例如艺术领域，“山寨”所导致的严重后果则不容小觑。

深圳在1980年代出了一座著名雕塑《开荒牛》，自从流传开来以后，“山寨开荒牛”在全国不知道有多少？如今，证券公司，礼品公司，甚至有些基层政府，都热衷于模仿。不光是立体的，还有平面的，甚至在有的宾馆卫生纸的包装上，都印有“开荒牛”的标记。如果模仿的好，还犹可说也，遗憾的是，绝大多数是所谓“粗仿”。

据我向作者求证，潘鹤先生从来就没有授权任何人复制《开荒牛》的雕塑，或者运用《开荒牛》的图像。

至于国外雕塑被“山寨化”的情况就更普遍了。改革开放早期有一篇张映泉的短篇小说叫《维纳斯闯进家门来》，写西方人体雕塑在一个普通家庭所引起的震荡，从雕塑本身看，维纳斯就是典型的“山寨雕塑”。

中国大规模城市化以后，在许多城市郊外的道路两边，可以看到成片成片的“欧陆”风的雕塑，仿古希腊、罗马的“山寨版”，在许多装修相当豪华的宾馆和小区，也随处可以西方的“裸体女”和“肌肉男”。

从以上事例看出，“山寨”在中国实际流行多年，为什么近年“山寨”会特别引起了人们关注呢？这应该跟中国改革开放的深入，世界经济格局的变化，中国社会的经济结构和文化价值观的调整都有密切的关联。

中国的未来发展需要自己的原创产品、原创文化；如何从“中国制造”走向“中国创造”；从对发达国家在社会管理体制、科学技术、文化艺术方面的简单学习和引进，转变为在吸收国外先进文化的基础上，用自己的方式，用自己的声音讲话，成为当代中国的一种迫切的需要。

对雕塑而言，只有彻底摒弃“山寨雕塑”，中国雕塑才有可能在当代国际雕塑舞台上展示自己的面目，才可能对人类雕塑文化作出自己的贡献。

Sculpture's Duplication and Transformation

雕塑的复制与转换

王林 by Wang Lin

文化处在激烈变动的时期，总是会不断冒出些风靡一时的新词儿，“山寨”一语最近流行正猛，似乎什么东西都得“山寨”一下不可。此类集体强迫症亦可谓中国特色。荀子说“名无固宜，约定俗成谓之宜”，但约定俗成者却有一个稳定不稳定、长久不长久的问题。为捍卫本族语言之丰富性，我拒绝使用这种俗成且速成的东西，免得像20世纪80年代提着录音机在街上播放的时髦青年，遭后人耻笑不已。

什么山寨不山寨，其实我们要谈的不过是雕塑与复制的关系。

自从摄影以其复制手段介入艺术，复制就成为一个不可回避的美学问题。而上世纪60年代美国波普的成功，则把这个问题直接摆到了当代艺术面前。雕塑也不例外，奥登伯格以其复制放大日常用品的手段，把杜桑的现成品雕塑从美术史的“形式沉默”中唤醒，真正成为塑造生存方式的城市文化和“社会雕塑”。而查普曼的形象变异则把传统雕塑语言，改造成为后现代、后人类的一种表达方式。

从创作角度看，首先应该注意杜桑在谈及现成品时所说的“添加”，也就是如何处理现成品的方法，比如为小便器加上“泉”的命名，在蒙娜丽莎的画像上添上小胡须等等。从转变语境而重新利用现成品中发展出来的装置，其实也就是以现成品为主要材料，加上组合、装配、改造等等所谓“添加”手段，创造出与文化问题有关、与思想观念有关、与环境意识有关的作品。装置艺术成形并独立于雕塑之后，对雕塑冲击极大。在当代艺术中讨论作为传统架上艺术形态的雕塑，已和雕塑性的装置或装置性的雕塑划不清界限。

雕塑的特点是材料单纯且有相当的技艺性，保持这一特点而又不拒绝边界的开放，是当代雕塑家保持自身身份时应有的健康心态。其对于复制图像特别是数码复制影像的反应，是当前雕塑

创作中最值得关注的问题。有四个方面的变化值得一提：

其一是视频影像，如陈克、陈长伟等人的作品，把视频中拉动、游离的形象塑造为实体，揭示当代视觉心理的变化；

其二是卡通形象，如焦心涛、唐勇等人的作品，或反讽消费品，或惊问当代人，在光鲜亮丽中展现时代隐藏的问题；

其三是生化形态，如陈文令、任思鸿等人的作品，其人物动物的形象变异、拼贴、组接，针对的是生化时代、基因技术、再造医学等等带来的改变；

其四是场景雕塑，如李占洋、张建华等人的作品。场景雕塑由来已久，但直接以表现性手法揭露社会禁忌中的底层人文，使得雕塑一改纯粹、崇高的姿态而具有新闻现场的特点。

在这些创作中，雕塑家们对数象复制时代的视觉文化资源，作出了创作方法上各自不同的转换，正是这些新的雕塑方法的探索，显示出中国雕塑家与众不同的艺术思路和创作智慧。

至于说到雕塑因名利之欲而出现的模仿复制（所谓“山寨版”）和雕塑作品因市场之需而必须的件数复制，严格地讲，不是真正的学术问题。前者从来就被排斥于雕塑批评之外，后者则是一个行业自律、完善规则的问题。本人已有文章谈及，姑不论。本文作为学术笔谈，只谈雕塑与数象复制的关系。

Entertainmental Popular Culture in the Consumerist Era — My Views on the Shanzhai Culture 消费时代的大众娱乐文化——山寨文化之我见

景育民 by Jing Yumin

谈到“山寨”“山寨版”，极易被理解为具有质朴、原生态意义的“草根文化”，其实非也。“山寨”一词源于粤语，原指一种依靠仿制、盗版等有争议手段活跃起来的，以游击性实现短期生存，在低端消费、边缘经济和地方保护主义政策的环境下滋生起来的，处于边缘状态的经营模式。虽然“山寨”是非社会文化主流的、个人主义乃至地区主义的、具有争议性的自由主义文化思潮，但是如今“山寨文化”已经形成了大众文化现象。

“山寨文化”的兴起缘于低端消费文化和后现代文化的合力发作。商业文化是催生“山寨文化”的主要诱因，在当代消费社会，文化作为产品以直接或间接的方式与消费联姻。以市场消费为诉求，以大众心理为主导，成为“山寨文化”的生存法则。“山寨”以“文化”的身份在当代文化中得到一席之地，还与它自身所存在的文化背景息息相关。随着当代社会政治生活的开放性、民主化，迫使单一样式、单一话语、单一判断标准的动摇，而文化的“山寨”就是非主流、非贵族的大众文化土壤中产生的多元文化产物。当代文化中“后现代”精神甚为时尚、炙手可热，后现代文化思潮的基本范畴就是消解中心、承认边缘、多元解构，这也是后现代文化的基本理念，而“山寨文化”在某些方面则刚好与后现代文化的基本精神相逢，并以“民团”的身份挤入后

现代阵营，在与主流文化对阵中摇旗呐喊。北大的著名学者张颐武教授曾指出：“山寨文化是对主流文化的反讽、戏谑的同时，又羡慕、佩服和敬畏着主流文化。”也就是说，“山寨”贴近大众，贴近大众的价值观与消费水平，是对品牌主流的垄断与权威的挑战。同时又效仿、改制着、并与主流文化保持着若即若离的关系。12月21日的《北京青年报》B6版中就以“山寨春晚”为例引出对“山寨文化”现象的深入剖析，这实质上是以“山寨”的名义对单一化、缺乏活力的主流文化的反讽。从“山寨手机”“山寨明星”“山寨连续剧”再到“山寨春晚”沸沸扬扬，已经形成了消费时代的大众娱乐文化现象，使我们不得不关注由“山寨”所引发的文化问题。

当代艺术作为当代文化的一个重要的映射面，在面对“山寨”这一急速风靡的炙热现象，其带来的影响与冲击不能回避。“后现代”是当代艺术重要理念，也是当代文化的重要精神。当代文化所呈现的文化商品化、多元化以及审美的社会化都是“后现代”思想下的文化成果。其实，在当代艺术创作中“山寨”现象早已有之，这种现象有别于院校与主流，有着原生的、大众的、创新的多种样式。当代的非主流艺术界主动加盟艺术产业园区，一些艺术家与艺术机构被产业化纳入了社会体制，获得与主流文化并行的位置。有些早已形成的各种非主流展览、画廊、群展、个展、拍卖或多种途径的学术活动，只是没有被冠以“山寨”的名份而已；而相当一部分所谓成功、成熟的样式，则升级为新的品牌并被主流品牌招安，这是某些“山寨艺术”的终极目的，其结果致使新的“山民”趋之若鹜，追随其后不断涌现。

任何事物都有其产生、发展、出现的理由与价值，“山寨文化”的积极意义表现为推进中国文化的多元发展，满足公众日益增长的文化需求。“山寨”对于艺术创作而言可以说是具有其存在的合理性及积极作用的，能够推动艺术的创新与活力。然而“山寨”负面影响所带来的抄袭、快餐与从众性的城市雕塑或是其他艺术门类，以纯营利性为目的，不仅颠覆了艺术的原创价值，甚至搅乱了城市公共建设的行业规范，同时制造着城市的垃圾。当艺术的价值仅仅服从大众娱乐，也许普及、大众、娱乐性的快餐文化具有时效性，那只会“昙花一现”，终将淹没在健康文化的强势之中。

近年来逐渐呈现强劲发展势头的雕塑艺术，早已在商业社会中剥离出巨大的产业阵容，“山寨”雕塑屡见不鲜。雕塑在面对当代商品社会对文化与艺术的冲击下，市场化、庸俗化的问题日益暴露。如果说纯商业山寨版是对正版的伤害，那么我们许许多多克隆经典、解构经典、假波普与戏谑、恶搞是否属于“山寨”？文化解构的目的在于建构，无论是否“山寨”，我们要做的是拿出正确的判断与选择，对文化本身负责。

无独有偶，当代艺术教育也同样不可回避“山寨文化”问题。如今的艺术院校中，传统的学院教学机制与体系还在固守着原有的教育阵地，对当代艺术始终采取旁观者的身份或是“犹抱琵琶半遮面”的态度。而在多元文化浸润中迅速成长的青年学生，其创意观念与价值取向经常被视为非主流的风潮所影响，以至于在学院中无法获得相当的评价标准，时常出现创作的审美取向与学院教育二元对立的尴尬与错位现象，已经为艺术教育敲响了警钟。它提出对教育者的时代创新能力、开阔的视野和学术包容度的全面考量，这也是学院教育能够面向未来、适应社会文化发展多元需求的严峻问题，也是“山寨文化”对学院教育的有益推动。但是“山寨”的负面影响也不容忽视，实用主义的急功近利，造

元旦晚会也要“山寨”一把?

【本報訊】元旦晚会，是电视台每年的重头戏。今年，各大卫视的元旦晚会，都将在12月31日晚播出。在各大卫视的元旦晚会中，除了精彩的歌舞表演外，还有一个环节是必不可少的，那就是“山寨”环节。在各大卫视的元旦晚会中，除了精彩的歌舞表演外，还有一个环节是必不可少的，那就是“山寨”环节。在各大卫视的元旦晚会中，除了精彩的歌舞表演外，还有一个环节是必不可少的，那就是“山寨”环节。

朱时茂 央视春晚
世界少

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

武汉晚报

[全娱乐] HOT

“山寨”网络剧是啥模样

林林总总从网络开荒，八成网友是冲着啥来的

【本報訊】随着网络剧的兴起，越来越多的网友开始关注网络剧。网络剧作为一种新兴的文艺形式，正在迅速崛起。网络剧的兴起，不仅为观众提供了更多的选择，也为创作者提供了更广阔的舞台。网络剧的兴起，不仅为观众提供了更多的选择，也为创作者提供了更广阔的舞台。

[全娱乐] HOT

“山寨”网络剧是啥模样

林林总总从网络开荒，八成网友是冲着啥来的

【本報訊】随着网络剧的兴起，越来越多的网友开始关注网络剧。网络剧作为一种新兴的文艺形式，正在迅速崛起。网络剧的兴起，不仅为观众提供了更多的选择，也为创作者提供了更广阔的舞台。网络剧的兴起，不仅为观众提供了更多的选择，也为创作者提供了更广阔的舞台。

[全娱乐] HOT

“山寨”网络剧是啥模样

林林总总从网络开荒，八成网友是冲着啥来的

【本報訊】随着网络剧的兴起，越来越多的网友开始关注网络剧。网络剧作为一种新兴的文艺形式，正在迅速崛起。网络剧的兴起，不仅为观众提供了更多的选择，也为创作者提供了更广阔的舞台。网络剧的兴起，不仅为观众提供了更多的选择，也为创作者提供了更广阔的舞台。

也“山寨”

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

九阳“豆浆机”上市
格美仕“电饭煲”露面

编者按：“山寨”一词最初源于前些时候闹得沸沸扬扬的“山寨手机”风波，近来，“山寨”成为时下最为流行的网络用语之一，它是一种由民间IT力量发起的产业现象。其仿造名牌手机、数码产品，主要特点主要表现为快速化、平民化。“山寨”文化也深深地打上了草根创新、群众智慧的烙印，另一方面也因为行走在触发政策法规的边缘而引起广泛争议。文化艺术中的“山寨”现象越来越被人关注，那种复制、挪用别人的文化成果偷梁换柱式地成为自我品牌，是对文化成果的侵袭，也是缺乏文化自信的体现。就雕塑领域而言，“山寨”雕塑也不乏事例。山寨文化的兴起，契合了当下大众文化的勃兴，具有反权威、反垄断、反精英的平民化特征，然而它又带有对社会秩序的破坏性。

本期推出“关注当下”栏目，旨在关注时下、关注当代最新的社会文化现象，目的是使雕塑艺术置于一个大的社会文化背景中去考察，以期引起读者的思考和讨论。

Editor's note: The term "Shanzhai" was first brought into the spotlight from the bubbling and gurgling of the "Shanzhai Mobile Phone" uproar not a long ago. Recently, "Shanzhai" has become one of the most popularly used Internet word. It exemplifies the phenomenal force of the un-official IT industry, which mimics brand-name mobile phones and other digital products. Its unique manufacturing strength is both fast and cheap. On one hand, the "Shanzhai" culture has its roots deeply in the mass wisdom. On the other hand, it has caused wide-ranging controversy over its brinkmanship to brink the laws. The "Shanzhai" phenomenon in culture and art has also drawn more and more concerns. Those who copy appropriate others' works, to claim in a fraud the creations are genuinely their own, are encroaching upon other people's cultural achievements, and are a show of lack of confidence. We can also find "Shanzhai" examples in the sculpture field. The rise of the "Shanzhai" culture coincides with the thriving of the popular culture. It is anti-authority, anti-monopoly and anti-elite in its grass-roots essence, but it is also destructive to the normal social order.

This issue introduces the column "Eye on the Present". Its aim is to pay close attention to the newest social and cultural phenomena of the present, to observe and truly the art of sculpture in the broader social and cultural background, and to generate our readers' reflection and discussion.

山寨机“粉”

山寨机的成功是所

山寨机的成功是所